

POLİSTE ALGI YÖNETİMİ

Arif KIVRAK*

Mikail KAYA**

Öz

Bu çalışmanın amacı polisin görevini yerine getirmede algı yönetiminin önemini ortaya çıkarmaktır. Bir örgütün varlığını sürdürmesi, hedeflerine ulaşması, toplumsal desteği kazanıp yarına kalabilmesi, rekabet edebilmesi, önemli ölçüde ortaya çıkardığı algıya bağlıdır. Görevi topluma hizmet götürmek olan ve halkın can ve malını korumak gibi yaşamsal bir hizmet üstlenen Türk polisinin toplumsal algısı, hizmet kalitesi ve başarıları kadar ön plana çıkmıştır. Bu nedenle polisin sahip olması gereken imajı ile toplumdaki algılanan imajı ve bu imajın algılanmasında etkili olan unsurların incelenmesine gereksinim duyulmuştur. Bu doğrultuda bu çalışmada polis yönetiminde algı kavramı kurum içi ve kurum dışı ilişkiler açısından ele alınmıştır. Algı üzerinde etkili olan kavramlar incelenerek poliste algı yönetimi ile ilişkilendirilmiştir. Halkın Polis hakkındaki algısını oluşturan faktörlerin incelenmesi yapılarak, polisin olumlu algı oluşturmaya ilişkin çözüm önerileri sıralanmıştır.

Anahtar Kelimeler: polis yönetimi, algı, algıyı etkileyen faktörler

POLICE PERCEPTION MANAGEMENT

Abstract

The purpose of this study was to demonstrate the importance of the perception management while performing the task of the police. The viability of an organization, achieving the goals of social support to survive, and competing significantly depends on its impression. Social perception of the Turkish police, its mission is to deliver services to the communities that protect life and property of the people, forefront as its quality of service and accomplishments. Therefore, the image of the police that should have, perceived image in the community, and the factors affecting the perception of the image were needed to examine. The importance of perception is discussed in terms of both internal customer relationship and external relations in police management. Examining the factors affecting perception, these factors have been associated with perception management. Examining the factors of the public's perceptions of the police, the recommendations have been established.

Keywords: police management, perception, factors affecting perception

Giriş

İnsan hiçbir canlıda bulunmayan, çok yönlü özelliklere sahip ve farklı disiplinlerin bir araya gelmesi ile davranışları açıklanabilen bir varlıktır. İnsana ait bu özelliklerin başında duyguları gelmektedir. Algı, beş duyumuz ile aldığımız bilgilerin kendi öğrenme yeteneğimiz, bilgi düzeyimiz, değerlerimiz ve beklentilerimiz ile o bilgiyi yorumlamamız anlamına gelir (Schacterand, 2011). Diğer bir bakış açısı ile algı, beş duyumuz sayesinde alınan bilginin sınır

*Dr., Emniyet Müdürü, Muğla Emniyet Müdürlüğü, arifkivrak@gmail.com

** Dr.,Emniyet Müdürü, Erzurum Polis Meslek Yüksek Okulu, mikailkaya@hotmail.com

sistemlerimiz ile beyne iletilmesi ve beyinde diğer geçmiş deneyim ve bilgilerimiz ile yorumlanarak bize yeni bir bilgi, bilinç ve farkındalık kazandırması süreci olarak da tanımlanabilir. Bu süreç esasında karmaşık bir yapıya sahip olmasına rağmen bizler bu işin kolaylıkla ve zahmetsizce gerçekleştiğini zannederiz. Duyu organları sayesinde çevresinde yaşanan olayları algılayan insan, bu sayede kişileri, olayları ve kavramları anlamlandırır. Algıda fiziksel dış etkenlerin tamamı, ses, görüntüler, koku, kısaca beş duyumuza etki eden her unsur önem taşır. Bu etkenlerin hepsi beynimizin arka planında bir değere sahiptir ve önemli anlamlar ifade eder (Goldstein, 2010).

Algı yönetiminin temel felsefesi insanın etrafında gördüğü olayları ve maruz kaldığı bilgileri, kendi duyu kabiliyeti, eğitim düzeyi ve değerleri doğrultusunda anlamlandırmasıdır. Yani kişiler olayları ve olguları doğrudan ve aracısız bir şekilde değil, duyu, düşünce ve tecrübe süzgeçlerinden geçirerek yorumlarlar (Miller ve diğ., 2005). Bu durum karşısındaki ne anlattığı değil senin ondan ne anladığın ile ilgilidir. Algıları yönetenler, söyledikleri bir sözle veya sergiledikleri davranışlarla birbirinden farklı değerlere, eğitim seviyesine ve duyu kabiliyetine sahip farklı kişilere, farklı mesajlar vermek isterler. Bu nedenle, dışarıdan gelen bilginin seçilmesi, alınması, yorumlanması ve düzenlenmesi anlamına gelen algı, dış dünyada yaşanan gerçeklik kadar önem taşıyabilmektedir. Esasen, gerçeğin de algı etkisiyle oluştuğu, dolayısıyla insan beyninin ve duygusunun dışında oluşmuş bir gerçeğin olmadığı görüşü, bazı akademik çalışmalarda iddia edilebilmektedir (Aydemir, 2013).

Halkın can ve mal güvenliğini gibi temel güvenlik hizmeti ihtiyacını karşılayan polis, görevini yerine getirirken toplumsal yaşamın her kesiminden insanla doğrudan iletişim içerisine girmektedir. Bir kurumun hizmet götürdüğü hedef kitle tarafından algılama biçimi olan kurum imajı, günümüzde önemli bir değer haline gelmiştir. Bu çalışmanın amacı polisin güvenlik hizmetine ilişkin görev ve sorumlulukları görevine yerine getirme başarısında algı yönetiminin önemini ortaya çıkarmaktır. Bu nedenle polisin sahip olması gereken imajı ile toplum tarafından algılanan imajı ve mevcut imajın algılanmasında etkili olan unsurların incelenmesine ihtiyaç duyulmuştur. Bu çalışmada polis yönetiminde algı kavramı üzerine yapılmış ulusal ve uluslararası çalışmalar araştırılarak zengin bir literatür taraması yapılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda poliste algı yönetimi kavramı kurum içi ve kurum dışı ilişkiler yönüyle birlikte ele alınmıştır. Toplumun Türk polis teşkilatına ilişkin algısına etki eden unsurların incelenmesi yapılmıştır. Yabancı kaynaklardan yapılan literatür taraması sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda Türk polis teşkilatının toplum tarafından olumlu bir algıya sahip olmasına ilişkin değerlendirmeler ile çözüm önerileri sıralanmıştır. Bu konu üzerine yapılan çalışmaların sınırlı olması nedeniyle, çalışmanın poliste algı yönetimi konusuna yapılacak araştırmalar için kaynak niteliğinde bir öneme sahip olduğu düşünülmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

Algı, nesnel gerçekliği duyarlar yoluyla öznel bilince aktarma olarak tanımlanabilir. Algı, insanın bilgi edinme sürecinin ilk basamağıdır. Düşünce ise bilgilenme sürecinin ikinci basamağıdır (Hançerlioğlu, 1996). Duyularımız bize,

dış dünya ile ilgili olarak ham veriler sağlamakta iken, duyuların sağladığı ham bilgi, yorumlanmadıkça bir gürültü veya vızıltı karmaşası olarak kalmaktadır. İşte, duyu bilgisi karmaşası içinden anlamlı örüntüler yorumlama, algı olarak adlandırılmaktadır. Dış çevredeki fiziksel uyarıların sinir sistemi yolu ile alınıp, enerjiye dönüştürüldükten sonra, bu enerji beyinde işlenir ve işlemin sonucunda bir algısal ürün ortaya çıkar. Bu işleme algılama, ortaya çıkan ürüne “algı” adı verilir. İnsan, çevresinde karşılaştığı tüm farklı nesnelere kavrayacak biçimde doğmadığından, öğrenme sürecinde algı önemli rol oynamaktadır (Morris, 2002).

Algılama sırasında beyin; bireyin beklentilerini, geçmiş yaşantılarını, diğer duyu organlarından gelen başka duyumları, toplumsal ve kültürel etkenleri hesaba katar (Cüceloğlu, 2003). Algılamamızın çoğunluğu algısal beklentilerimizin etkisindedir, yani beklentilerimiz doğrultusunda algılarız. Beklentiler, algısal sürecin doğal bir parçası gibidirler, çünkü çoğu kez algılamalardan önceki beklentilerin farkına varılmaz. Geçmiş tecrübelerle dayanarak hem nesnel, hem de sosyal çevreyle ilgili beklentiler, sonraki algılamaları sürekli etkiler (Cüceloğlu, 1999). Diyebiliriz ki, beklentilerimiz algıya hazırlayıcı en önemli durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak neyin algılanacağını dikkat, öğrenme, duyu yoksunluk ve motivasyon gibi bireye bağlı faktörler de etkilemektedir (Aytaç, 2000).

Algıda insanın beş duyusu birbirinden kolaylıkla etkilenirler ve insanın bir duyusu diğerini kolaylıkla yanlış yönlendirerek gerçekliği farklı gösterebilir (Douglas, 2008). Örneğin, evinize geldiğinizde, ısıtma sisteminin arızalandığını ve evinizin çok soğuk olduğunu gördünüz. Aynı zamanda çok aç olduğunuzu düşünüyorsunuz ve eşinizin sizin sevdiğiniz mükemmel bir yemek yapmış olduğunu ve kokusunun da nefis olduğunu algıladınız ve hemen yemek için mutfığa yöneldiniz. Bu durumda sizin odak noktanız evin soğukluğu değil yemek olacaktır. Yani başka bir dış etken sizin gerçekte çok önemseyeceğiniz bir konuyu, yalnız gerçekliği ile algılamaya engel olabilecektir. İllüzyonistler de insanın duyularının birbirinden etkilenmesini ve beynin algılama yeteneğini, başka dış etkenler yolu ile yanıltarak, gerçeği daha farklı gerçekleştiriyor gibi gösterirler.

Algı tek yönlü bir iletişim sürecini içermediği için algı kavramı üzerinde etkili olan faktörler üç başlıkta toplanabilir. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Eren, 2010): (a) Algılayan bireyin özellikleri, (b) Algılanan nesnenin özellikleri, (c) Algılama ortamı. Aşağıda bu faktörler sırasıyla açıklanacaktır.

a) Algılayan bireyin özellikleri: Algı sürecinde öncelikle algılayan kişinin karakteristik özellikleri, kişiliği ve geçmişte yaşamış olduğu deneyimler algı sürecini etkiler.

b) Algılanan nesnenin özellikleri: Algılanan nesne, kişi ya da bir grubun sahip olduğu özellikler algılama sürecine etki eder. Algılanan bir kurum ise kurumun özellikleri, örgütsel yapısı, sahip olduğu değerleri, daha önceki yıllar ortaya koyduğu performansı ve çalışmaları bu süreç üzerinde önemli bir etkiye sahiptirler.

c) Algılama ortamı: Algılama sürecinin gerçekleştiği fiziksel ortam, sosyal çevre ve örgütsel çevre unsurları da algı sürecine etki eder. Türkiye genelinde her

coğrafi bölgenin kendine ait özellikleri bulunmaktadır. Yaşanılan sosyal çevreye ait özellikleri doğru tanımlama algılama sürecindeki başarı için önemlidir.

2. Algılama ve Yönetim

2.1. Yönetimde Algının Yeri ve Önemi

Yönetim bireyler arasında belli amaçları gerçekleştirmek için yürütülen faaliyetlerin tamamıdır. Yönetimler insan kaynağının öne çıkan tutum ve davranışları ile başarı elde etmektedirler. Yönetim kavramı şüphesiz insan ilişkileri kavramının önemli bir parçasıdır. Çalışanlar çevresini, olayları, kavramları sahip olduğu değerler kültürüne paralel olarak algılar (Özer,2003).

Algı yalnızca bireyin yaşamında değil belli amaçları gerçekleştirmek için bir araya gelmiş örgütlerin yaşamında da büyük bir öneme sahiptir. Bir örgütün varlığını sürdürmesi, hedeflerine ulaşması, toplumsal desteği kazanıp yarına kalabilmesi, rekabet edebilmesi, önemli ölçüde ortaya çıkardığı izlenime bağlıdır. Hedef kitlesi tarafından güven duygusundan uzak olumlu bir izlenim ile algılanmayan bir kurumun uzun vadede başarılı olması zordur.

“Algı, bireyler arası etkileşim sonucunda bireylerin kafalarında oluşan birbirleri ile ilgili imgelerdir. Algı, birey ya da örgütün kişiliğidir. Bireylerin oluşturdukları izlenimler karşı tarafın davranışını etkilemekte, ona yön vermektedir. Bireysel açıdan bakıldığında algı çok önemli görülmektedir. Bireylerin çalıştıkları örgütlerde başarılı olmaları, uyum sağlayabilmeleri, mutlu ve iş doyumuna sahip olmaları, dolayısıyla da üretken olabilmeleri iyi bir izlenim oluşturmaları ile mümkün görülmektedir” (Demir, 2003: 2).

Bu süreç içerisinde yönetimin iki önemli ögesi karşımıza çıkmaktadır: yöneten ve yönetilen. Yönetimin bu iki ögesi birbirlerine muhtaç iki kavramdır. Bu noktada önemli olan unsur, yönetenin yönetileni, yani çalışan bireyi nasıl algıladığı, yönetilenin de yöneten konumundaki kişileri nasıl algıladığıdır. İdeal olanı ise bir algılamanın iki taraf açısından doğru ve sorunsuz olmasıdır. Örgütsel yönetim sürecinde ortak hedeflere ulaşmak için bir takım faaliyetler gerçekleştirilmekte, örgütü oluşturan bireyler her ne kadar ortak hedef ve amaçlar için bir arada bulunmuş olsalar da insan olmanın doğasından kaynaklanan duygu, düşünce, inanç ve değerler yönüyle birbirinden farklılıklar göstermektedirler. Algı yönetimi anlayışı bu noktada devreye girerek, bireyin çalışmasını, işe motive olmasını, iş doyumunun artmasını sağlayarak, bu süreci örgüt lehine çevirmek için vardır. İşte bu noktada, algı yönetimini düşüncelerimizi, duygularımızı etkilemek için yapılan çalışmaların tamamı olarak tanımlayabiliriz.

Geleneksel olarak başarılı yöneticilerde olması gereken üç temel özellikten söz edilmektedir. Bunlar yöneticinin, kurumsal vizyona, iletişim yeteneğine ve iş ile ilgili teknik donanıma sahip olup olmadığıdır. Ancak son zamanlarda bilim dünyasında, çalışanların algısını yönetemeyen yöneticilerin başarılarının eksik kalacağını ve algı yönetimini bilmenin yöneticinin, yöneticilik yeteneklerini tamamlayan bir faktör olduğunu belirtilmektedir (Elliot, 2009). Algı yönetiminin iletişim yeteneğinin bir parçası olduğu ve yöneticilerin sahip olması gereken nitelikler arasında sayılmaması gerektiğini belirten bilim insanları bulunmaktadır. Hatta söz konusu bilim insanları, algı yönetimini bilmenin gereksiz olduğu ve

yöneticinin iyi niyetli ve dürüst davranışlarının zaten çalışanların algısını pozitif olarak etkileyeceğini savunmaktadırlar. Ancak yöneticinin bu iyi niyetli ve dürüst davranışlarının iletişim kanalları vasıtası ile ifade etmemesinin, yani bilinçli bir şekilde çalışanın algısını istenilen hedefler doğrultusunda yönlendirmemesinin, bazı durumlarda çalışanlar tarafından eksik veya yanlış algılamalara sebep olabileceğini savunan bilim insanları da bulunmaktadır (Keller, 2006).

2.2.Halkla İlişkilerin Oluşumunda Algı Yönetimi

Algı yönetimi, tüm dünyada hem devlet yönetiminde, hem de bir organizasyonu yönetirken, çalışanların veya halkın yönetimi desteklemesi ve üretilen politikaların halk tarafından benimsenmesi amacıyla sıkça başvurulan bir yöntemdir. Daha açık bir ifade ile hem demokratik, hem de monarşik yönetimlerde, liderin hedefine ulaşması için, üretilen politikaları uygulayacak çalışanlara ve üretilen politikalara sahip çıkacak takipçilere ihtiyacı vardır. Algı yönetimi ilk defa Amerika Birleşik Devletlerinde, Savunma Bakanlığının politikalarının halk tarafından benimsenmesi amacı ile kullanılmıştır.

Algı yönetimi anlayışının temelini "anlama" teşkil etmektedir. Anlamak bir durumu ya da bireyi karşı açıdan görebilmektir. Anlamak, bir bireyle ya da olayla ilgili yürütülen farklı düşüncelerin her birinin oturtulduğu mantığın kendi içinde tutarlı olduğu varsayımına dayanmaktadır (Özer, 2003). Halkla ilişkiler kurum içi ya da kurum dışı hedef kitleyi tanıma, anlamlandırma ile bilgilendirme yorumlama sürecine verilen addır. Bu sayede örgüt amaçlarını gerçekleştirecek, zaman ve iş gücü kaybının önüne geçilecektir. Yönetim, gerek yakın çevresini gerek ise uzak çevresini anlamak ve kendini doğru anlatmak ile yükümlüdür. Yaşadığı toplumdan ve birlikte çalıştığı insanlardan uzak bir yönetim anlayışının örgütlerin sonunu getireceği bir gerçektir. Özellikle yönetimde görev alan birim amirlerinin öncelikli görevi, astlarının yapacağı işleri onlara güvenmeyerek kendisi tarafından icra etmek değil, resmi daha bütünsel olarak görebilecek örgütsel algıyı yönetmektir. Yöneticiler açısından örgüt içerisinde olayın/olgunun nasıl gerçekleştiğinden ziyade, nasıl algılandığı önemlidir. Astlar harekete geçerken, olgulara göre değil, algılarına göre karar verirler. Ayrıca, astlar algılanan bir olayı, sadece o andaki olgunun veya olayın içeriği ve oluş şekli ile sınırlandırmazlar, yöneticilerine karşı olan ve geçmişten gelen tecrübeler ve bilinçaltında yer alan her şeyin yöneticinin o andaki icra ettiği durumun algılanmasında büyük etkisi olmaktadır.

Yöneticiler, yönetim sürecini icra ederken, karar alma sürecini yönetirken veya astlarına alınan kararları aktarırken, alınan kararları nasıl, ne yöntemle söyleyeceklerini ve ne zaman söyleyeceklerini bilemediklerinden, yani onların algılarını iyi yönetemediklerinden, çalışanlar üzerinde yeterince etkili olamamaktadırlar. Ayrıca yöneticilerin duygularını nasıl ifade ettiği, karşıdaki insanlara ne hissettirdiği önemlidir, yani algı yönetiminde yöneticinin ne söylediğinin yanında nasıl söylediği de önem arz etmektedir. Yönetici için diğer önemli bir noktada, yöneticinin rol yapıp yapmadığıdır. Yönetim sürecinde, yöneticinin rol yapıp yapmadığını çalışanlar ve onu takip edenler hemen anlayabilirler. Bu duruma algı yönetiminde samimiyet testi denmektedir. İçtenlikle ve samimiyetle yapılan hareketler, çalışanın algısına ve duygusuna, pozitif yönde çok kuvvetli bir şekilde hitap ederler (Robbins ve DeCenzo, 1995). Ayrıca, algı yönetiminde tutarlı olmak çok önemlidir. Yani sözleriniz, vermek istediğiniz imaj

ve davranışlarınız birbirini tamamlamalıdır. Böyle olduğu takdirde yöneticiye karşı güven oluşur, aksi takdirde söz ve davranışların çelişkili olması en büyük güvensizlik kaynağıdır (Gallagher, ve diğ. 2001).

2.3. Çalışanların Algısını Etkileyen Faktörler

Algı yönetiminde duyulara hitap etmek önemlidir. Aslında algı yönetimi, insanın duyularını ve onun ortaya çıkardığı duyguları yönetmektir. Yönetici, çalışanın motivasyon kaynağını, yani neyi duyunca heyecanlandığını keşfetmelidir. Yöneticinin, çalışanların algısını iyi yönetebilmesinin yolu, onların değerleri, inançları ve tutumları hakkında iyi ve doğru bir bilgiye sahip olmalarından geçer. Her çalışanın dilini anlama ve ona göre davranma, onların enerjilerini doğru ve etkili kullanmayı sağlar.

Araştırmalarda, organizasyonlarda, liderin ve yöneticilerin, çalışanlar tarafından algılanma biçimi, örgütün etkililiği ve örgüt iklimi üzerindeki etkisinden önemle bahsedilmiştir. Her çalışan farklı geçmiş tecrübeye, eğitim düzeyine ve farklı toplumsal değerlere sahip olduğu için, yöneticilerin herhangi bir sözü ya da davranışı, her bir çalışan algısı üzerinde farklı etkiye sahiptir. Bu durumu hesap edip, hangi çalışana nasıl mesaj vereceğini başaran yöneticilerin, bunu göz önünde bulundurmeyen yöneticilere göre daha etkili oldukları ortaya konmuştur (Otara, 2011). Nitekim çalışanlar gözünde doğru ve pozitif algı oluşturmayı başaran yöneticilerin, kurumsal amaçlara ulaşmada daha başarılı oldukları bugün ortaya çıkmış bir gerçektir.

Bütün bunlarla birlikte çalışanın, sadece yöneticiye karşı olan algısı başarılı olması için yeterli değildir. Çalışanın yaptığı işe karşı veya genel olarak mesleğine yönelik algısının da başarısı üzerinde önemli bir etkisi vardır. Çalışan yaptığı işin yeteneklerine uygun olduğunu düşünüyor, kendini geliştirme ve ifade etme imkânını buluyor ve kendini kurum içerisinde değerli ve anlamlı olduğunu hissediyor ise, kurumsal verimliliği de yüksek seviyelerde olacaktır.

Algı yönetimi aynı zamanda soru sormayı ve başkalarından geri bildirim almayı gerektirir. Örneğin; birçok lider geri bildirim almaz ya da nadiren alır. Fakat etkin geri bildirim işlerin nasıl yapılacağı ile ilgili bilgi sağlar. Geri bildirim aynı zamanda alınan, verilen, yapılan değişiklikleri teşvik etmesi ve devam edilmesi için cesaretlendirmesi açısından algı yönetimine yardımcı olması bakımından önem taşımaktadır (Russell, 2001).

Kısaca, örgütün gerek kurum içi ilişkilerinde kendi personelini harekete geçirme, gerek ise hedef kitleyi tanıma ve anlamada algı yönetimi önemli bir yere sahiptir. Yönetimler her zaman mesajlarının istenilen düzeyde doğru anlaşılmasını ister. Bu nedenle hedef kitlesi üzerindeki oluşan algılamayı başarı ile yönetebilmelidirler. İnsanın duygularının etkileyebilmek ya da harekete geçirmek bir anlamda onu kontrol altına almak anlamına gelmektedir. Günümüzde hedef kitlelere yönelik algı oluşturma ve algı yönlendirme çok önemli bir kavram haline gelmiştir. Bu nedenle algı yönetimini uluslar, ülkeler, hükümetler, askeri kurumlar ve işletmeler kendi hedef kitlelerini yönlendirmek için kullanmaktadırlar.

Çalışanların algısını etkileyen çok sayıda faktör bulunmaktadır. Aşağıda yer alan faktörlerin süzgecinden geçerek, çalışanların çevrelerini, kişileri ve

olayları yorumladıkları görülmektedir. Bunlar (a) çalışanların sahip oldukları alışkanlıkları, (b) motivasyonları, (c) öğrenme kabiliyetleri ve (d) sosyal özellikleri(Otara, 2011).

a) Alışkanlıklar: Bilindiği üzere insanların alışkanlıkları çok yavaş bir süreç içerisinde oluşurlar ve bireyler olayları, şartları ve konumları bu alışkanlıklar süzgecinden geçirerek algılama eğilimine sahiptirler. Örneğin, bir bilim adamı için günün belli bir bölümünü yazmaya ve okumaya ayırması nasıl bir alışkanlığının sonucu ise ve bu tamamen kendi algısınca normal görülmekte ise, siyasetçi için zamanının bir kısmını medyayı takibe ayırması da normal ve sıradan işler olarak görülmektedir. Fakat bir çiftçiden, günün belli bir kısmını akademisyen gibi yazı yazmaya veya kitap okumaya ayırması beklenemez.

b) Motivasyon: Çalışanın işine karşı motivasyonu, onun işinden ne kadar tatmin olup olmadığı ile ilgilidir. Motivasyonu tam bir çalışanın, işinin şartları ne kadar ağır olursa olsun şikâyet etmediği ve işinde mutlu olduğu gözlenmektedir. Yani motivasyon çalışanın işine karşı algısını pozitif yönde etkilemektedir ve motivasyonlu bir çalışan, işi ile ilgili kötü durumları/şartları algılamamaktadır.

c) Öğrenme yeteneği ve isteği: Öğrenme yeteneği de çalışanın, işine veya mesleğine karşı algısını etkilemektedir. Eğer çalışanda, işini en iyi bir şekilde öğrenme isteği oluşmuşsa, bu durum çalışanın işini yapma biçimi ve şartları hakkında daha az şikâyetçi olacağı anlamına gelmektedir ve işinde başarı şansı daha yüksektir.

d) Sosyal yetenek: Sosyal yetenek kimi bilim insanlarıncâ “duygusal zekâ” olarak da tarif edilmektedir. Sosyal yeteneğe sahip olan bir çalışanın, yaptığı işe karşı daha pozitif davrandığı ve iş ile ilgili gelişmelere daha sıcak baktığı gözlemlenmiştir.

3. Poliste Algı Yönetimi

Güvenlik yönetiminde de algı, profesyonelce yönetilmesi gereken bir kavramdır. Görevi topluma hizmet götürmek olan ve halkın can ve malını korumak gibi yaşamsal bir hizmet üstlenen Türk polisinin toplumsal algısı hizmet ve başarıları kadar ön plana çıkmıştır. Bu nedenle polisin sahip olması gereken imaj ile toplumdaki algılanan imajı ve bu imajın algılanmasında etkili olan unsurların incelenmesine gereksinim duyulmuştur. Polisler günlük meslek yaşamlarında karşı karşıya kaldıkları olayları anlamlandırma süreçlerinde çoğu defa farkında olmasalar da tarafsız değildirlere, duygu, düşünce ve geçmiş yaşam deneyimlerine bağlı kalarak olayları ve kavramları algırlarlar. Bu anlamda olayların, olguların, kişilerin, polislerin iç dünyasında belli süzgeçlerden geçerek yorumlanıp yeniden anlamlandırılması olan algı, polislerin tutum ve davranışları üzerinde doğrudan etkilidir.

Ülkemizde kamu yönetimi ve sorunları üzerine yapılan çalışmaların hemen hemen tamamına yakın kısmında, aksaklıkların altında yatan temel faktörlerden birisi sorunların çözümünde devletin halkı göz ardı ederek çözüm aradığına yönelik yaklaşımlar ifade edilmektedir. Buna bağlı olarak toplumun kendisini dışlanmış olarak hissettiği, devlet ve onu temsil edenlere güvenini yitirmesine yol açtığı belirtilmektedir. Dolayısıyla devletin toplum tarafında bu şekilde algılanması Polis Teşkilatı'nın aynı şekilde algılanmasına yol açabilecektir.

Çünkü polis devletin önemli parçalarından biridir. Polis adı geçtiğinde birçok kişi tarafından devlet akla gelebilmektedir (Göksu ve Çevik, 2003).

Güvenlik politikaları toplum tarafından herkesi koruma altına alan güçlü bir algı olarak hissedilebilmelidir. Bu nedenle, kamu düzeni ve güvenliğine ilişkin hizmet politikaları belirlenirken, kişi hakları güvence altına alınarak korku ve tehdit algısını ortadan kaldıracak uygun politikaların üretilmesi, büyük bir öneme sahiptir. Algı gerçeğin önüne geçmemelidir.

“Örneğin, hırsızlık önemli bir sorundur ve kişilerin hırsızlıktan korunmaları son derece dikkate alınması gereken bir kamu hizmetidir. Bununla birlikte, hırsızlığın kendisi ile mücadele kadar kişilerin hırsızlığa uğramaktan korkmalarını önlemek de önemli bir sorun olarak görülmelidir. Zira herhangi bir güvenlik problemi kadar, o güvenlik probleminde uğramaktan korkmak da fiziksel ve maddi olmasa da; psikolojik yıkımları olan bir süreçtir. Tıpkı diğer sosyal olgularda olduğu gibi, güvenlik konusunda da algı ile gerçek arasındaki ince çizgi, zamanla belirsizleşmekte ve gerçeğin yerini algı almakta; bireylerin gerçekleri kendi duygu, düşünce ve bilgi birikimleri ile sekillenmektedir” (Aydemir, 2013).

Bu bağlamda güvenlik hizmetinde bulunan görevi suç ve suçluyla mücadele olan, asayiş ve huzur sağlamayı amaçlayan polisin toplum tarafından nasıl algılandığı, önemli bir konudur. Halkın polise güvenmesi, polisin halkın gözündeki değeri, polis ile ilgili olumlu ya da olumsuz algılamalar polisin çalışmalarının başarıya ulaşmasında doğrudan etkili olabilecek kavramlardır. Toplumun zihninde oluşan olumlu polis algısı, suçların aydınlatılmasında halkın polis ile işbirliğini geliştirecektir. Bu anlamda polisin toplumsal algısı olumlu yönde olması, görevini yerine getirmede vatandaş desteğinin sağlanmasında, önemli bir etkiye sahip olabilecektir.

3.1. Halkın Polis Hakkındaki Algısını Oluşturan Faktörler

Halkın polis hakkındaki algısını etkileyen çok sayıda faktör bulunmakla birlikte, (1) halkın polisten beklentileri ve polisin bu beklentilerin ne kadarına cevap verebildiği ve (2) kurum içi ilişkilerin polisin imajını nasıl etkilediği, (3) polisteki bürokrasinin ve (4) şeffaflığın hizmet alan halkın polis algısını şekillendirmedeki rolü üzerinde durulmuştur.

3.1.1.Halkın polisten beklentileri: Halkın polis hakkındaki algısını, öncelikle halkın polisten beklentileri şekillendirmektedir. Çünkü halk polisi, yapmış olduğu görev ile toplum içerisindeki yerini konumlandırır. Yani polise düşen görevlerin çeşitliliği, niteliği ve görevi ifa ederken kullanmış olduğu yol ve yöntemler polis hakkındaki algıyı oluşturmaktadır. Halk polisten genel olarak bulunduğu bölgedeki suç oranlarının düşürülmesini, huzurlu toplum düzeninin devamının sağlanmasını, suça maruz kalma korkusunun azaltılmasını, polis halk iletişiminin en üst düzeye çıkartılmasını ve dolayısıyla halkın hayat kalitesinin artırılmasını beklemektedir.

Halk, polisten kendisinden beklenen görevleri eksiksiz yapmasının yanında, bu görevleri yerine getirirken polisin dürüst olmasını, herhangi bir ahlaki ve etik sapmanın içerisinde yer almamasını da ister. Vatandaşın muamelesinde

zengin-fakir, eğitimli-eğitimsiz, erkek-bayan vb. gibi ayırım yapmayarak herkese eşit davranılmasını bekler. Halka karşı saygılı olmasını, halkın problemlerine sorumluluk bilinci taşıyarak yaklaşmasını ve onların problemleri ile yakından ilgilenebilmesini, toplumda var olabilecek güvenlik problemine zamanında müdahale edebilmesini, güç kullanmada hukuksal sınıra azami derecede riayet etmesini ve son olarak polisin işi ile ilgili yeterli bilgi ve beceriye sahip olmasını beklemektedir. Bilimsel araştırmalar polisin görevini en iyi şekilde yapmasının yanında, sayılan tüm bu faktörlerin halkın polis hakkındaki algısını şekillendiğini ortaya koymuştur (Gallagherve diğ., 2001).

3.1.2.Kurum içi ilişkiler: Polisin nasıl algılandığı üzerinde etkili olan önemli bir kavram da kurum içi ilişkilerdir. Etkin bir kurum içi iletişim çalışanların memnuniyetini ve dolayısıyla verimliliğini arttırmaktadır (Oktay, 2003).Kendi içinde düzenli ve olumlu ilişkiler kuramayan bir kurumun, dış çevreyle de iyi ilişkiler içinde olması beklenmemektedir. Günümüzde kurumlar bu gerçeği keşfetmişler ve vatandaş üzerinde olumlu bir algı oluşturmak için öncelikle çalışanlara ulaşmak gerektiğinin farkına varmış bulunmaktadırlar (Seçim, 1998).Kurum içerisinde kendisini anlamlı ve değerli bir bütünün önemli bir parçası olarak gören her polis, bu değeri hizmet götürdüğü hedef kitlesine de yansıtacaktır. Bu anlamda kurum içerisinde hâkim olan değerler çalışanların vatandaş ile olan ilişkilerine de yansıtacaktır. Daha açık bir ifade ile kurum içinde kendisine konuşma ve ifade özgürlüğü tanınmış, insan haklarına saygılı, demokratik değerler ile yetişmiş bir polis, aynı demokrasi kültürünü halka da yansıtacaktır.

3.1.3.Bürokrasi: Türkiye’de halkla ilişkiler üzerine yazılmış temel eserlerin kamu yönetiminin sorunları üzerinde birleştikleri ortak konulardan biriside yönetimde bürokrasi ve kırtasiyeciliktir (Kazancı:2006).Demokratik bir ülkede polis, ülkenin sosyal, siyasal ve yönetim yapısı ile yakından ilişkilidir. Çünkü polis, yürütmenin bir parçası ve genel yönetim yapısının bir yansıtıcısıdır. Bu anlamda kamu yönetim anlayışı içerisinde yer alan bürokratik işlemler polis hizmetlerinde de benzer ölçüde görülmektedir (Çevik, 2004).Nitekim polis uygulamalarına baktığımızda bürokrasinin vatandaşın hizmet alımını geciktirdiği ve halkın polis hakkındaki algısını olumsuz yönde etkilediği görülmektedir (Kıvrak, 2013). Özellikle araç devir işlemlerinden-ruhsat yenileme, pasaport işlemlerinden-güvenlik soruşturmalarına kadar birçok farklı alanda kırtasiyecilik ön plandadır ve polis vatandaşın bu tür hizmetleri alırken beklemeyeceği ve zorlanmayacağı bir yolu hizmet yöntemi olarak vatandaşa sunmalıdır. Vatandaş, polis ile ilgili sıradan olan işlerini halledebilmek için bile tanıdık polis bulma arayışına girebilmektedir ki bu durumda vatandaşta, poliste tüm işler bu şekilde halledilir algısını oluşturmaktadır.

3.1.4Şeffaflık: Türk kamu yönetiminin genel özellikleri üzerine yapılan literatür çalışmasında gizlilik önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Yönetimde açıklık, şeffaflık ya da saydamlık olarak adlandırılan gelişmeler toplum ile kamu yönetimi ilişkilerinde bir dönüm noktası olarak değerlendirilmektedir. Bu dönüm noktasının öncesinde ise, gizlilik geleneği bulunmaktadır(Eken, 2005).

Ülkemizde yönetimde gizlilik büyük boyutlardadır. Devletin her

kademesinde ve her işinde gizlilik vardır. 5187 sayılı Basın Kanunu'nun 19.maddesi "Hazırlık soruşturmasının başlamasından takipsizlik kararı verilmesine veya kamu davasının açılmasına kadar geçen süre içerisinde, Cumhuriyet savcısı, hâkim veya mahkeme işlemlerinin ve soruşturma ile ilgili diğer belgelerin içeriğini yayımlayan yasaktır".4442 sayılı Çıkar Amaçlı Suç Örgütleriyle Mücadele Kanunu'nu 10. Maddesi " Bu kanun gereğince yürütülen işlemler ve hazırlık soruşturması sırasında alınan kararlar gizlidir" hükmünü taşır. Bankalar kimlere hangi miktarda kredi vermiştir gizlidir. Devlet bankalarının görev zararları ve gerekçeleri gizlidir. Yüksek denetleme Kurulu raporları gizlidir, teftiş kurulu raporlar gizlidir. Milli Güvenlik Kurulu'nun toplantılarında konuşulanlar gizlidir, kamuoyuna açıklanamaz. Bakanlar Kurulu Toplantıları da gizlidir. Kimi Konular ancak hükümet sözcüsü tarafından açıklanır (Kazancı: 2006:81).

Konu güvenlik olunca, asker ve poliste bu gizlilik daha da belirgin hale gelmektedir (Göksu,2002).Türk Emniyet Teşkilatı açısından olaya baktığımızda kamu yönetimindeki bu anlayışın etkileri yoğun bir biçimde görülebilmektedir (Bulduk, 2013).Nitekim polise ilişkin olaylarda yönetimin değerlendirmesi ve davranışını açıklaması kamuoyuna yansıyan bir olay sonrası halk polisten bir açıklama bekler. Ancak susmanın kurumu yücelteceği inancı ön plana çıkabilmektedir. Bu durumda polisin halktan sürekli olarak önemli/önemsiz her türlü bilgiyi sakladığı izleniminin halkta oluşması anlamına gelebilmektedir.

4. Polisin Olumlu Algı Oluşturmasına İlişkin Çözümler

Polisin toplum tarafından nasıl algılandığı ve imajı önemli bir konudur. Çünkü suç ve suçluyla mücadele eden, asayiş ve huzur sağlamayı amaçlayan polise toplumdaki gelecek yardım, destek ve benzeri çabalar bu algı ile doğrudan bağlantılıdır. Halk tarafından polise güvenilmesi veya güvenilmemesi, polisin sevilmesi veya sevilmemesi gibi olumlu veya olumsuz durumlar aynı oranda vatandaşın desteğine de yansımaktadır. Bu açıdan polis algısının olumlu olması önem kazanmaktadır (Fidan, 1998).

Emniyet teşkilatı görev alanının çeşitliliği yönüyle her zaman vatandaşın göz önünde olan bir kurumdur. Emniyet teşkilatının yönetim tarzından hizmet politikasına kadar geniş alan, vatandaşın polis algısını etkilemektedir. Çalışanların görev sırasında ortaya koydukları roller, vatandaşlara karşı sergiledikleri olumlu ve olumsuz davranışlar, halkın beklentilerinin ne kadarının karşılandığı, polisin eğitim düzeyi gibi faktörlerin polisin kurum algısının oluşmasında etkili olduğu görülmektedir.

Polisin muhatabı her şeyden önce insandır ve insanlarda kendi probleminin hemen halledilmesi ve mağduriyetlerinin giderilmeye çalışılması ile yetinmezler ve bu durum kendilerinin polis merkezinden memnun ayrılacakları anlamına da gelmez. Vatandaş, polis merkezinde mağduriyetinin giderilmesinden daha çok, polisin kendilerine nasıl davrandığı ile ilgilenirler. Vatandaşlar gidecekleri toplumsal ortamlarda, mağduriyetinin giderilmesinden ziyade, polisin kendisi ile ne kadar çok ilgilendiğini, değer verdiğini ve polisin kendisine karşı olan davranışlarının saygı çerçevesi içerisinde devam ettiğini vurgulayarak anlatırlar. Bu nedenle halkın polis hakkındaki algısını olumluya çevirecek faktörler, sadece polisin resmi görevini tam ve zamanında yapması ile sınırlı

değildir.Çoğu zaman insan ilişkileri ve iletişime verilen önem, asıl konunun önüne geçmelidir.

Halkın polis hakkındaki olumlu algısı, polisin yaptığı her türlü suç öncesi ve suç sonrası faaliyetler neticesinde halkın suç korkusunun azaltılması ile sağlanabilir. Ayrıca polisin suç öncesi önleyici faaliyetlerin sunulmuş biçimi ve suç sonrası mücadele yöntem ve teknikleri de halkın polis algısını doğrudan etkilemektedir. Yani polisin planlı, hedefli, dürüst, tarafsız, bilimsel metotları kullanarak görevini ifa etmesi, halkın gözünde olumlu bir algının oluşması açısından önemlidir.

Polis üzerindeki negatif algı, halk ile olan resmi veya resmi olmayan diyaloglar yolu ile pozitive çevirebilir. Halk ile olan resmi toplantıların yanında, ev veya iş yeri ziyaretleri, halkın acı veya tatlı günlerinde onlarla birlikte olma, polisin sorumlu olduğu bölgede görünürlüğünün artırılması, halkın dert ve şikâyetlerinin dinlenilmesi polisin halkın gözündeki algısını pozitive çevirecektir. Polisin suçla mücadelesini halka göstermesi, polis ve halk iletişimini artırması, polisin adaletli tutumunu sürdürmesi, etnik veya dünya görüşü yönlerinden ayrımcılık yapmaması, polisin mesleki ve etik sapsmalardan uzak bulunması, iletişim araçlarını doğru ve akıllıca kullanması, halkın polis ve güvenlik algısı üzerinde oldukça etkili olmaktadır (Gallagherve diğ., 2001).

Bu doğrultuda yapılması gerekenler şu şekilde sıralanabilir (Kıvrak, 2010): (1) Polis Görev Çevresini Tanınmalıdır, (2) Polis İletişim Becerileri Yüksek Bir Kişi Olmalıdır, (3)Yürütülen Hizmetler Şeffaf Olmalıdır, (4) Polis Görevini Yerine Getirirken Tarafsız Olmalıdır, (5) Polis "Demokratik Polislik" İlkelerine Göre Hareket Etmelidir, (6) Polis Politikacının Değil Halkın Hizmetinde Olmalıdır, (7) Polis Suç Önleyici Çalışmalara Daha Fazla Önem Vermelidir, (8) Polis Hizmetlerinin Yürütülmesinde Sivil Katılım ve Denetim Olmalıdır, (9) Polis Teşkilatı Yaptığı İş ve Eylemlerden Dolayı Hesap Verebilir Olmalıdır, (10)Polis Medya ile işbirliği İçinde Çalışmalıdır, (11) Polis Değişim ve Gelişmelere Açık Olmalıdır, (12)Polis Teşkilatı Öz İmaj Kavramına Önem Vermelidir, (13) Polis Hizmetlerinde Davranış Normları ve Standartları Oluşturulmalıdır, (14) Emniyet Genel Müdürlüğüne bağlı Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı kurulmalıdır. Aşağıda bu çözümler sırasıyla açıklanacaktır.

3.2.1.Polis Görev Çevresini Tanınmalıdır: Görev yaptığı çevrenin özelliklerini tanıma ve toplumsal değerlere saygı duyma ve buna uygun hareket mekanizmaları geliştirme algı yönetimi açısından büyük önem taşımaktadır. Algı yönetimi görev çevresini anlamlandırma sürecinde önemli bir rol üstlenmektedir. Bu aşamada önemli olan, çevreyi tanıma sürecinde polisin tutum ve davranışları, şeffaf bir zeminde, ölçülülük ilkesinde gerçekleşmelidir. Yani, polisin çevreyi tanınması ve onunla iyi ilişkiler içerisinde olması, topluma şirin görünme kaygısı içerisinde, asli görevini yerine getirmesine engel olmamalıdır. Görev çevresi ile ilişkiler karşılıklı bir menfaat ilişkisine dayalı beklentileri ortaya çıkarmamalıdır. Polis toplumla iyi ilişkiler kurarak, mevcut polis algısını iyileştirme düşüncesi ile kanuna aykırı ilişkileri meşrulaştıran bir iletişim zeminine girmemelidir. Suçlu ile suç unsurunun içinde yer almamalıdır. Görev tanımının dışına çıkmamalıdır.

Örneğin polis halkla ilişkilerine katkı sağlamak amacı ile katıldığı bir düğünde, silah atılmasına, ortamın bozulmaması için göz yuman bir anlayış

sergilemesi tamamen hatalı bir davranıştır. Bu davranış mevcut polis algısını daha da kötüye götürecektir. Aynı şekilde görev yaptığı çevre ile iletişimde toplumun her kesimi ile eşit mesafede olduğunu göstermelidir. Yalnızca birkaç iş adamı, işletme sahibi ve belli sivil toplum temsilcileri ile kurulan yoğun ilişkilerin, polis algısına olumlu bir etkisi yoktur. Aksine bu ilişkiler toplumun diğer kesimlerince polisin belli çıkar gruplarınca yönlendirilmesi olarak algılanmasına yol açabilir.

3.2.2.Polis İletişim Becerileri Yüksek Bir Kişi Olmalıdır: Meslekleri gereği çevreleri ile sürekli iletişim halinde olan polis için iletişim becerileri, istenilen olumlu polis algısının oluşturulmasında oldukça önemlidir. Polis, içinde bulunduğu rolün gerektirdiği profesyonel tutum ve davranışları sergileyebilen etkili iletişim becerilerine sahip olmalıdır. Bunun için polis kendisini ifade etme, toplumla sağlıklı ilişkiler kurma, iletişim çatışmaları ve empati gibi konularda kendisini yetiştirmelidir.

3.2.3.Yürütülen Hizmetler Şeffaf Olmalıdır: Polis teşkilatı şeffaf bir kamu hizmeti haline getirilmelidir. Bu şekilde halk, polisi üzerlerinde bir güç olarak değil, devamlı müracaat edebilecekleri hizmet sunan bir birim olarak algırlar. Açıklık ve şeffaflık, modern ülkelerin polis teşkilatlarının en göze çarpan özelliğidir. Gelişmiş ülkelerde gizlilik, yürütülmekte olan bir soruşturma dışında hemen hemen hiçbir zaman söz konusu değildir. Kişisel hayatın gizliliği ve devletin savaş ve ulusal strateji planları dışında ulaşılamayacak bir dosya yok gibidir. Herhangi bir suçlama ile karşılaşıldığında, bir emniyet müdürlüğü, yıl içinde yaptığı harcamaların tamamını gazetede ilan edebilmektedir. Açıklık ve şeffaflık güvenlik hizmetlerine halkın katılımı sağlayarak, polis teşkilatını halkın saygı duyduğu bir kurum haline getirecektir.

3.2.4.Polis Görevini Yerine Getirirken Tarafsız Olmalıdır: Tarafsızlık, insan onuruyla doğrudan ilgili bir kavramdır. Anayasa'da, herkesin dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi düşünce inanç ve benzeri sebeplerden dolayı ayırım yapılmaksızın kanun önünde eşit olduğu vurgulanmıştır. Polis kanunları uygularken hizmet götürdüğü topluma eşit mesafede ve tarafsızlık içerisinde davranmalıdır. Bunun için polisin farklı düşüncelere saygı içerisinde olabilecek bir anlayışa sahip olması gerekmektedir. Güvenlik hizmetlerinden toplumun tamamı yararlanmaktadır. Polis hizmetlerinin önyargısız ve tarafsız yapılması temel bir prensiptir. Polisin halkın gözündeki tarafsız kurum algısı, halkın polise güveni ve desteğini artıracaktır.

3.2.5. Polis "Demokratik Polislik" İlkelerine Göre Hareket Etmelidir: Polislik kendisine önemli görev ve sorumluluklar verilen bir meslek grubudur. Polis toplumun kendisinden beklediği kamu düzenini sağlama görevini yerine getirirken önemli yetkileri de kullanmaktadır. Bu yetkileri kullanırken polis, hukuk devletinin sınırları içerisinde görev yapmalıdır. Polis bir ülkede hak ve özgürlüklerin kullanılmasının engelleyicisi değil; aksine bunların koruyup kollayıcısı olmalıdır.

Türk Polis Teşkilatı'na ilişkin mevcut algının düzeltilmesi için öncelikle "demokratik polislik" ilkelerine göre hareket etmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, hesap verme zorunluluğu, şeffaflık, açıklık, sivil denetim, görev odaklı olma halkın desteğini alma açısından çok önemlidir. Halka güven veren ve bunun karşılığında halktan takdir toplayan polis teşkilatları, suçun önlenmesi ve suç işlendikten sonra faillerinin yakalanması konusunda en büyük yardımı halktan alacaktır. Halkın

memnuniyeti polisin moralini arttıracak ve polisi yapacağı hizmetlerde yüreklendirecek ve daha fazla gayret ve çaba göstermesini sağlayacaktır (Güler, 2001).

3.2.6.Polis Politikacının Değil Halkın Hizmetinde Olmalıdır: Türkiye’de polis politikacı ilişkisi üzerine yapılan bir bilimsel araştırmada politikacının polisin iç işlerine müdahale etmesini yadsınamaz bir gerçek olduğu sonucu ulaştıklarını ifade etmişlerdir. Politikacılar polisin özlük haklarından çalışma yetki ve sorumluluklarına kadar bütün polislikle ilgili işleri düzenleyen kanunları yapmakla yetkilidirler. İşte bu durum polisi politikacıya bağımlı hale getirmektedir. Kanun koyucular olarak politikacılar teşkilatın bütçesinden emniyet görevlilerinin terfileri için gerekli düzenlemelere kadar karar verebilmektedirler. (Gültekin ve Özcan, 2001). Nitekim Türk Polis Teşkilatı doğrudan İçişleri Bakanlığına bağlı devletin meşru güç kullanma yetkisini elinde bulunduran organıdır. Siyasetin polis üzerindeki sahip olduğu tasarruf yetkisi Türk Polis Teşkilatının üzerinde yapısal ve işlevsel anlamda önemli etkileri bulunmaktadır(Aydın,1996).Polisin baskı gruplarından etkilenmeden siyasetin etkin bir müdahale alanından uzaklaştırılıp çalışmalarında özerk bir yapıya kavuşturulması gerekmektedir. Adli yargılamanın ilk olarak polis aracılığı ile başladığı düşünüldüğünde polise yönelik politikacının müdahalesi yargıya yönelik bir etkileme girişimi olarak değerlendirilmelidir.(Kıvrak, 2013). Bunun için polis, politikacıdan doğrudan etkilenmeyen çalışmalarında dışarıdan müdahalelerin olmadığı bir yapıda hizmet vermelidir.Polis sadece hizmet götürdüğü toplumun kendisinden beklentilerini hukukun ve demokratik devletin gerekleri ölçüsünde değerlendirmelidir.

Bu bağlamda polisin mevcut imajında ortaya çıkan baskı gruplarından etkilenmesine ilişkin olumsuz algıyı ortadan kaldıracak bir örgüt yapısına kavuşturulması gerekmektedir. Polisin tayin terfi gibi özlük hakları tamamen idarenin takdir yetkisine bırakılmamalıdır. İdarenin takdir yetkisi, kamu yararı gibi ifadeler eşit ve nesnel ölçülerle önceden belirlenmelidir. Siyasi otoritenin ve bürokrasinin olumsuz etkilerinden uzaklaştırılarak müsteşarlık düzeyinde bir kamu tüzel kişiliğine sahip yapıya kavuşturulmalıdır.

3.2.7.Polis Suç Önleyici Çalışmalara Önem Vermelidir: Polisin verimliliği hazırlanan istatistiklerle ölçülmek istenmektedir. İstatistiksel veriler, yıllık suç oranları ve bunların karşılaştırılması polisin verimliliğinin ölçülmesinde ana ölçüt olarak alınması sağlıklı ve gerçekçi bir yaklaşım olamaz. Polisin başarısında suç işlenmeden önce alacağı önleyici görevler de hesaba katılmalıdır. Nitekim temel hak ve özgürlüklerin kullanılması ancak polisin alacağı önleyici hizmetler ile mümkündür. Önleyici polislik çalışmalarında elde edilecek başarı aynı zamanda bireyin kendini güven içerisinde hissetmesini sağlayacak çalışmalardır, bu da doğrudan halkın polis hakkındaki algısını olumluya çevirecek önemli bir etken olacaktır. Başarılı polislik hizmeti toplumda kaygı ve endişe uyandırmadan gerekli önleyici tedbirlere başvuran polislik hizmetidir.

3.2.8.Polis Hizmetlerinin Yürütülmesinde Sivil Katılım ve Denetim Olmalıdır: Polisin görevlerinin adli, kamu düzenini sağlama ve kamuya hizmet sunan yönü ile polisin sivil topluma uyum amacı göz önüne alındığında polisin fonksiyonları askeri nitelik taşıyamaz. Ayrıca, amacı, kişilerin medeni ve siyasi haklarına saygının ön planda tutulması olan bir hukuk devletinde, polisin varlığının

hukuki alt yapısı ve yetkileri askerden farklıdır. Her ne kadar, askerin ve polisin fonksiyonu ve görevleri arasında bazı benzerlikler olsa da özellikle adli görevlerin, kamu düzenini sağlama işlevinin ve topluma kamu hizmeti sunulması görevinin polis tarafından yerine getirilmesi gerekir. Türk polis teşkilatınca yerine getirilen bu hizmetler, örneğin bir İl Emniyet Müdürlüğü'nün yürüttüğü güvenlik hizmetine ilişkin çalışmaları, sivil denetime açık olmalıdır. Polisi kendi hiyerarşik yapısı içerisinde yer alan “Polis Başmüfettişi, Mülkiye Müfettişi” gibi iç denetim organları dışında “Sivil Otoritelerden” oluşan bir denetim organınca yasal bir zeminde faaliyetleri gerektiğinde denetlenebilmelidir. Bu bağlamda güvenlik hizmetlerinin sivil otoriteler tarafından denetimine ilişkin yasal düzenlemeler yapılmalıdır.

3.2.9.Polis Teşkilatı Yaptığı İş ve Eylemlerden Dolayı Hesap Verebilir Olmalıdır: Polis teşkilatı yürütmeye bağlı bir idari kuruluş olarak yaptığı tüm işlem ve eylemlerden dolayı halka karşı hesap verebilmelidir. Hesap verebilirlik yargısal denetiminden daha çok halka karşı sorumlu olmak demektir. Kamu gücünü elinde bulunduranlar, iş ve eylemleri karşısında sorumlu olmaları nedeniyle halka hesap vermelidirler. Polis bu anlamda yalnızca kanunlara ve yetkili amirlerine karşı kendini sorumlu hissedip işleri yasal mevzuatına uygun yapmanın yanı sıra halka karşıda kendini sorumlu hissetmelidir.

3.2.10.Polis Medya ile İşbirliği İçinde Çalışmalıdır: Polisin aktarılan imajının değişmesinde ve halkın güvenlik hizmetlerine bakış açısının oluşmasında medya vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Medya ve polis görev alanlarının gereği olarak sürekli beraber çalışmak durumunda olan iki toplumsal kurum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağın oluşmasında en önemli etki ise medyanın haber kaynağı olan yerlerin polisin de görev alanının içerisine girmesidir. Polisin kendi hakkındaki algıyı yönetebilmesi için kitle iletişim araçlarını kullanması ve basın toplantılarıyla yoluyla düşüncelerini, projelerini halka ulaştırmasıdır. Ancak burada önemli olan gönderdiğimiz mesajların halka ulaştıktan sonra, halkın düşünce ve tepkilerinin size geri dönmesini sağlayabilmenizdir. Bu besleyici yankının çok iyi elde edilmesi lazımdır. Bu besleyici yankı olmadan kendi kendinize bir şey yaparsanız yerindeliği olmayan çalışmalar yapmış olursunuz, yanlış yapmış olabilirsiniz (Kazancı,1995).

Hangi toplumda olursa olsun, medya insanların ve ülkenin gündemlerini yönlendirmektedir. Medyanın doğru kullanımı, kamuoyunun polis ile ilgili konularda sağlıklı bir şekilde aydınlatılmasını sağlayacaktır. Kimi zaman medya haber yapmak için gittiği olaydan daha çok polisin tutum ve davranışlarına daha çok zaman ayırmaktadır. Özellikle toplantı gösteri ve yürüyüşlerde gösterilen ve birçok kez tekrar edilen polisin güç kullandığı kareler polis denilince akıllara gelecek olan algıyı oluşturmada önemli bir etken oluşmuştur. Bu anlamda polis suçla mücadelede ve polis hizmetlerinin yerine getirilmesinde medya ile karşılıklı işbirliği içerisinde olmalıdır. Nitekim polisin çalışmalarında yaptığı hizmetleri halka aktaracak ve halk ile aralarında köprü görevini yerine getirecek olan medya ilişkilerine önem verilip karşılıklı işbirliğine gidilmelidir.

3.2.11.Polis Değişim ve Gelişmelere Açık Olmalıdır: Polis hizmetlerinin demokratik değerler altında halkın beklentilerine yanıt verebilmesi için emniyet teşkilatında bilimsel araştırmalar sonucu ortaya çıkan bulgulara göre yeniden

yapılanmaya gerekli önem verilmelidir. Polis uygulamalarının çağdaş gelişmelere göre düzenlenebilmesi için iki temel nokta üzerinde çalışmaların yapılması gerekmektedir. Bunların birincisi personelin bireysel karakteristik özelliklerinin geliştirilmesidir. İkinci olarak, emniyet teşkilatında iç ve dış ilişkileri düzenleyen yapının geliştirilmesi hedeflenmelidir. Ayrıca, emniyet teşkilatı, hatalı polis uygulamalarının titizlikle araştırılmasına olanak hazırlayan bir mekanizma kurmalıdır. Bir başka öneri ise, polislik politikalarının belirlenmesinde her rütbedeki personel ve halkın da katılımları sağlanmalıdır (Uçarer,2003).

3.2.12.Polis Teşkilatı Öz İmaj Kavramına Önem Vermelidir: Kurum çalışanlarının da kendi kurumları ile ilgili bir algıları vardır. Kurum imajı vatandaş tarafından olumlu olarak değerlendirildiğinde, çalışanların performanslarının artmasına neden olacaktır (Gerson, 1997). Çalışanların kendi kurumlarının imajını iyi olarak algılamaları öz imaj olarak tarif edilmektedir. Öz imaj, kurum imajını oluşturabilmenin ön koşuludur ve gerçekleştirilmesi insan kaynaklarının başarısına bağlıdır (Köksoy, 2010). Öz imaj algısı yükselmez ise polisin toplumsal algısının yükselmesini beklemek hayalci bir yaklaşım olacaktır. Bir mesleği oluşturan mensupların kendilerine ve mesleklerine yönelik duydukları öz saygı düzeyi ne kadar artar ise halkın gözündeki imajı da aynı ölçüde artacaktır.

Bunun için polisin mesleğine yönelik memnuniyet düzeyinin artırılmasına yönelik yapısal ve işlevsel değişikliklere gidilmelidir. Görev tanımı açık net olmalı, çalışma şartları yeniden düzenlenmeli, işinin zorluk derecesi hafifletilmeli, beceri düzeyine uygun alanda, kendisini profesyonel bir kurumda çalışan profesyonel bir görevli olarak gören bir anlayış doğrultusunda çalışma şartlarına sahip olmalıdır. Ayrıca polis, Avrupa Birliği ülkelerince kabul edilen çalışma saatlerine uygun bir sistem içerisinde görev yapmalıdır. Polisin çalışma saatlerinin düzenlenmesi onun, mesleğine karşı öz imajını ve hizmet kalitesini doğrudan etkileyecektir. Çağdaş bir ülkede polisin çalışma saatleri önceden belirlenmiştir. Polislik bir yaşam tarzı değil; sadece profesyonel bir meslek olarak görülür. Bu durum polisin çalışma motivasyonunu ve psikolojisini olumlu yönde etkiler. Polisin çalışma şartlarında belirsizlikler ortadan giderilmeli, polis profesyonel bir mesai anlayışı içerisinde görev yapmalıdır.

Polisin öz imaj yönetimine yapılacak çalışmalara kurum içi ilişkilerde ortaya çıkan olumsuz algının düzeltilmesi ile başlanmalıdır. Kurum içinde kendini ifade edemeyen, iletişim kanalları yeteri derecede açık olmayan, düşüncelerine önem verilmediğini düşünen, güven duygusundan uzak bir örgüt ikliminde yetişmiş personel, hizmet götürdüğü topluma karşıda aynı olumsuz tutum ve davranışlar sergileyecektir. Bunun için polisin imajında yapılacak olumlu bir değişiklik için öncelikle polisin kendi öz imajında bir değişikliğe gidilmesi gerekmektedir. Kurum içi ilişkilerde ortaya çıkan sorunlar çözülmeden bu iyileşmenin sağlanması güç olacaktır. Kurum içerisinde iletişim kanalları açık, alınan kararlara katılım gibi demokrasi kültürünün unsurları benimsenmelidir. Bireyler bir sorunla karşılaştıklarında kendilerine rahatlıkla üst yönetime anlatabilmelidir. Sorunlar tarafları tatmin edecek biçimde, kanuna uygun ve adil biçimde çözümlenmelidir. Kişi kurum içerisinde kendisini önemli, değerli, bir bütünün anlamlı bir parçası olarak görmelidir. Kurum içi ilişkilere gerekli önem verilmez ise, iyi bir algı oluşturmak için yürütülen çalışmaların amacına ulaşması oldukça güç olacaktır.

3.2.13. Polis Hizmetlerinde Davranış Normları ve Standartları Oluşturulmalıdır: Türk polis teşkilatında uygulanan hizmet anlayışı polis yöneticilerinin takdir yetkisinden çıkarılarak kişiden kişiye farklılaşmayan, kurumsal bir hizmet politikası standardizasyona geçilmelidir. Türkiye'nin her yerinden aynı hizmet aynı hizmet kalitesi ile sunulmalıdır. Polisin halkla ilişkilerde uyguladığı yöntem ve teknikler kişiden kişiye farklılık gösteren, birimden birime ayrı yöntemler içermeyen, tek bir politika olarak, bütün emniyet teşkilatında aynı anlayışla uygulanmalıdır. Bunun için her memur göreve başlamadan önce, görev tanımına uygun cümleleri ve rol kalıplarını, profesyonellik çerçevesinde öğrenip bunları davranış haline getirmelidir. Böylelikle hangi durumda hangi tutum ve davranışları sergileyip hangi sözcükleri kullanacağını önceden öğrenmelidir. Bir anlamda keyfilik ve standart dışı tutum ve davranışlara müsaade edilmemelidir. Polis ile iletişim içerisine giren birey bir anlamda polisin kendisine karşı kullanacağı cümleleri, tutum ve davranış şekillerini, önceden bilmelidir ki bunun dışına çıkan bir keyfilik söz konusu olduğunda, denetim mekanizmasını harekete geçirebilmelidir.

3.2.14. Emniyet Genel Müdürlüğüne bağlı Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı kurulmalıdır: Türk polis teşkilatının yönetim birimleri içerisinde halktan gelen geri bildirimlerin değerlendirildiği ve bunların hizmet anlayışına yansıtıldığı yeni bir birime ihtiyaç duyulmaktadır. Hedef kitleyi aydınlatmak, ilgi ve desteğini almak, polisin hizmet anlayışı içerisinde yer almalıdır. Polisin halkın gözündeki imajının iyileştirilmesine yönelik çalışmalar, sürekliliği olan ve uzun vadeli politikalar olarak yürütülmelidir. Bu doğrultuda halkın beklentilerinin tespiti, güvenlik politikalarının oluşturulmasında halkın desteğinin kazanılması amacıyla Emniyet Genel Müdürlüğü'ne doğrudan bağlı Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı kurulmalıdır. Halkın istemediği, beğenmediği, benimsemediği uygulamalar, kurum politikalarından çıkarılarak, yerine toplumsal beklentilere cevap veren hizmet anlayışı kazanılmalıdır. Polis hizmetlerinde davranış normları standartlarının kabul edilmesi ve tüm personel tarafından bu standartların tutum ve davranışa dönüştürülmesi mevcut polis algısını olumlu yönde geliştirecektir. Polisin organizasyon yapısı ile örgüt kültürünün dış denetime açık, hesap veren şeffaf bir konumda yapılandırılması bu algıyı daha üst düzeye çıkaracaktır.

Sonuç

Kurumlar hızla değişen çevresel koşullar içerisinde varlıklarını sürdürmek için toplumsal değişim ve gelişmelere ayak uydurmak zorundadırlar. Kurumların bu anlamda yürüttüğü politikalar toplumu daha yakın tanıma fırsatlarını ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmalar kurumu çevreyi tanımaya yöneltirken aynı zamanda çevreninde kurum faaliyetleri konusunda bilgilendirme çalışmalarını birlikte getirmiştir. Rekabet ortamında kurumlar hem rakipleriyle mücadele etmek hem de toplum tarafından desteklenebilmek için iyi imaj oluşturmanın zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Polislik mesleği de toplumsal yaşamın içerisinde çok önemli bir yere sahiptir ve polis toplumsal yaşamın her karesinde insanlar ile iletişim içerindedir, bu durum bu mesleğin halkın gözündeki algısını önemli hale getirmiştir.

Algı yönetimi kurumların başarıları üzerinde doğrudan etkili bir kavram olduğu görülmüştür. Algı kavramının kendiliğinden tesadüfî gelişmelerle

şekillenmesi yerine planlı programlı bir süreç dâhilinde takip edilmesinin gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Bir kurumun hizmet götürdüğü hedef kitle tarafından algılanma süreci iyi yönetilemediği takdirde kuruma duyulan güven aynı ölçüde değer kaybedeceği sonucuna varılmıştır. Kurumun başarısı toplum tarafından algılanma şekliyle doğru orantılı ilerlemektedir. Bir kurumun görevini yerine getirirken benimsediği inançlar ve değerlerin tümü o kurumun hizmet anlayışını oluşturmaktadır. Bir hizmetin kendisi kadar, sunuş şekli yani vatandaşın zihninde bıraktığı izlenimin önemi ortaya çıkmıştır. Bu anlamda halkın gözünde güven ve itibar oluşturma yönelik çalışmalar polislik hizmetlerinde önemli bir yere sahip olmalıdır. Hizmet anlayışında elde edilecek başarı vatandaşın kuruma olan desteğini ve işbirliğini de artıracığından polisin başarısını doğrudan etkileyecektir. Polisin hizmetlerinde kalite standartlarını sağlaması ve artırması, polisin imajını olumlu yönde arttıracaktır.

Polis algısı üzerinde etkili olan kavramlar disiplinler arası ilişkiyi gerektiren geniş bir alanı kapsadığı görülmüştür. Algı tek başına değerlendirilecek bir kavram değildir. Sosyal konular birbirleri ile yakın ilişki içerisinde olan kavramlardır. Poliste algı yönetimi bu çerçevede değerlendirilip, çok yönlü olarak ele alınmalıdır. Polis algısı üzerinde etkili olan tüm faktörler aynı hassasiyet içerisinde değerlendirilmeli ve üzerinde uzun soluklu çalışmalar planlayarak sonuca gidilmeye çalışılmalıdır.

Poliste algı yönetimi kavramına yalnızca dış çevre ile sınırlı kalmayıp kurum içi ilişkiler yönüyle de üzerinde durulmasının gerekliliği ortaya çıkarılmıştır. Kurum içerisinde kendisini değerli anlamalı hissetmeyen bireyin kurum dışına yansıtacağı algıda aynı ölçüde olumsuz olacaktır. Poliste olumlu bir algı yönetimi için yapılacak çalışmalara öncelikle kurum içerisinden başlanması gerekmektedir. Algı yönetimi başarılı yönetildiği takdirde polis halkla ilişkileri geliştireceği, polis çalışmalarını vatandaş odaklı bir hizmet anlayışına taşıyacağı ve polisin hizmet kalite standartlarını yükseltilmesi yönüyle etkili olacağı sonucuna varılmıştır.

Kaynakça

- Abratt, R. (1989).A New Approach to the Corporate Image Management Process, *Journal of Marketing Management*, 5(8).
- Aydemir, N. (2003). *Güvenlik Algısı ve Polis*. Ankara, Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu
- Aydın A.H. (1996). “Police Making Structures of the Turkish National Police Organization”. *Polietting and Society*, (6),73-86
- Biehal, G. J. ve Sheinin, D. A. (1998).Managing the Brand in a Corporate Advertising Environment: A Decision-Making Framework for Brand Managers *Journal of Advertising*, 27,(2).
- Bozkurt, N. (1994). *Eleştiri ve Aydınlanma*, Say Yayınları, İstanbul.
- Bulduk, A. (2013). Emniyet Teşkilatında Örgütsel Büyüme ve Değişim Analizi, Polis Akademisi Başkanlığı, Güvenlik Bilimleri Enstitüsü, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*.

Poliste Algı Yönetimi

- Cooke, L. ve Paul S. (2009). Police and Media Relations in an Era of Freedom of Information, *Policing & Society*, 19,(4),406-424.
- Cüceloğlu, D. (1999). *Yeniden İnsan İnsana*, İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Cüceloğlu, D. (2003). *İnsan ve Davranışı*, İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Çevik H. H., Göksu T. (2003). *Polis Halk İlişkileri*, Polis Akademisi Başkanlığı Yayınları, Ankara: SFN Yayıncılık
- Çevik H.H, (2004). *Türkiye'de Kamu Yönetimi ve Sorunları*, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Demir, K. (2003). *İmaj Yönetimi*. Ankara, Sandal Yayınları.
- Diñer, K. M. (1998). *İş Yaşamında ve Özel Yaşamda Kişisel İmaj*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Elliott, J. (2009). A Lesson in Leadership: Perception and Decision Making. Accessed on www.leadershipdiamond.blogspot.com (Erişim Tarihi:23.12.2013).
- Eren, E. (2010). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Beta Yayınları.
- Fındıklı, R. (1993). *İngiliz Polis Teşkilatı*. Ankara: Akid Yayıncılık.
- Fındıklı, R. (1995). Güvenlik Hizmetlerinin Etkinliği Açısından Polis-Halk İlişkilerinin Anlam ve Önemi, *Polis Halk İşbirliği Sempozyumu Kitabı*. Ankara: EGM Basımevi.
- Fidan, Y. (2001). “Ülkemizde Polis İmajı ve Bunun Oluşumuna Sebepler”, *Polis Dergisi*, (26), Ankara: EGM Basımevi.
- Gallagher, C., Maguire, E., Mastrofski, S., & Reising, M. (2001). The Public Image of Police. <http://www.theiacp.org/PoliceServices/ExecutiveServices/ProfessionalAssistance/ThePublicImageofthePolice/tabid/198/Default.aspx> (Erişim Tarihi:23.12.2013).
- Gerson, R. F. (1997). *Müşteri Tatmininde Süreklilik*. Çev. (Tülay Savaşer), İstanbul: Rota Yayıncılık.
- Göktürk, A. (2002). *Sözün Ötesi*, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- Göksu, T. (2002). “Türkiye’de Yönetim Anlayışı ve Polis Davranışı”, (Editör: H.H., Çevik) *Türkiye’de Devlet Toplum ve Polis*. Ankara, Seçkin Yayınevi.
- Gregory, J.R. ve Wiechmann, J.G. (1991). Marketing Corporate Image- *The Company As Your Number One Product*, NTC Business Boks.
- Goldstein, E. B. (2009). *Sensation and perception*. 8th ed. Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning.
- Güler, A (2001). Türkiye’de Polisin Kurumsal İmajı Üzerine Bir Değerlendirme. Kırıkkale, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, 70-71.
- Gültekin R. ve Özcan, Y.Z.(2000), “Türkiye’de Polis Politika İlişkisi”, Ankara: *Polis Bilimleri Dergisi* (1), 4.
- Hançerlioğlu, O (1996). *Toplum Bilim Sözlüğü*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hennigan, K., C. Maxson, D. Sloane, and M. Ranney (2002). Community Views on Crime and Policing: *Survey Mode Effects on Bias in Community Surveys*, Justice Quarterly 19 (3), 565–587.
- Hill M. (1997). *The Policy Process in Modern State*. London, Prentice Hall.

- Howard,S.(1998).*Corporate Image Management*.Singapore,Butterworth- Heinemann.
- Kazancı, M. (1995).Polis Halk İşbirliği Sempozyumu, Polis Medya İlişkileri, *Polis Akademisi Seminer Konferans Sempozyum Bildirileri Dizisi*, Ankara: Polis Akademisi Başkanlığı Yayınları (1).
- Kazancı, M. (2006). *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler*. Ankara:Turhan Kitapevi.
- Keller, M. (2006). Leadership and Perception.www.articlecity.com/articles/politicsand government (Erişim Tarihi: 23.12.2013).
- Kıvrak, A. (2013). Türk Polis Televizyon Dizilerindeki Türk Polis İmajı ile Polisin Kendi Öz İmaj Algısının Karşılaştırılmalı Analizi, Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitimin Kültürel ve Tarihi Temelleri, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*.
- Köksoy, G. (2010). Kurum İmajının Bir Unsuru Olarak İç İmajın Oluşturulmasında Vizyonun Rolü Ve Bir Uygulama. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Afyonkarahisar: *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Küçük, F. ve Bayuk N. (2007). “Kriz Ortamında Bir Başarı Faktörü Olarak Çalışanların Kurum İmajı” .İzmir, *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, (7).
- Linkemer, B.(1997). Profesyonel İmaj Yaratmak. (Çev: Nurdan Gürbilek) İstanbul: Rota Yayınları.
- Miller, J., Davis, R.C., Henderson, N.J., Markovic, J., &Ortiz, C.W. (2005). Measuring influences on publicopinion of the police using time series data: *Results of a Pilot Study*. *PoliceQuarterly*, 8, 394-401.
- Morris, G. C. (2002). *Psikolojiyi Anlamak*, (Çev. H. Belgin Ayvaşık; Melike Sayı, Ankara, Türk Psikoloji Derneği Yayınları.
- Oktay, M. (2003). Kurumsal Kimlik Kurumsal İmaj Kurumsal Kültür Global Bilgi Örneği, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler Bilim Dalı. İstanbul, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Özer, A. K. (2003). *Gerçekçi Yönetişim Yönetici / Liderlik Modeli*, İstanbul: Varlık yayınları.
- Özüpek, M. N. (2005). *Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk*. Konya: Tablet Kitabevi.
- Robbins,S., &DeCenzo, D.(1995). *Fundamentals of Management*,Essential Conceptsand Applications. Prentice-Hall,p.236
- Russell, J.S. (2001). *Are You Managing Perception?* Leadershipand Management in Engineering, April, 2001.
- Schacter, D.L., Gilbert, D.T., &Wegner, D.M. (2011). *Introducing Psychology*, Worth Publishing, New York.
- Seçim, H. (1998).*Halkla İlişkiler. Eskişehir*: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Otara, A. (2010). Perception: A Guide for Managers and Leaders, *Journal of Management and Strategy*, Vol II Pp 23-38.
- Ronnie L M. Johansson-NingXiong (2006). Perception Management: An Emerging Concept for Information Fusion, http:www.nada.kth.se. (Erişim Tarihi:23.12.2013).
- Uçarer, Ö. (2003). Avrupa Birliği Surecinde Türk Polis Teşkilatında Yönetime Katılım Ve Bir Uygulama, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Kütahya, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*,

Poliste Algı Yönetimi

Ural, E. (2002). İnsan Kaynakları Yönetiminin Etkinliğinde Kurum İçi Halkla İlişkileri Önemi ve Bir Uygulama. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*. (1), 233-251.

dübed